

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen, pembahasan dan analisa yang telah dikemukakan pada bab terdahulu mengenai pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen pada CV.Mulia Mandiri Lestari, maka hasil penelitian dapat disimpulkan:

- CV.Mulia Mandiri Lestari melakukan promosi penjualan dengan baik karena telah melakukan bauran promosi penjualan tersebut, antara lain: Sampel, Paket harga dan garansi produk.
- Pelaksanaan minat beli konsumen di CV.Mulia Mandiri Lestari mempunyai hasil yang baik, karena terbukti dari hasil tanggapan responden yang cenderung mengatakan sangat setuju dari pertanyaan-pertanyaan yang ada dari kuesioner.
- Promosi penjualan mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 1,9%. Dan sisanya 98,1% dipengaruhi oleh faktor lain oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen sangat lemah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya maka ada beberapa saran yang akan diberikan sebagai masukan untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan diharapkan dapat bermanfaat bagi para pengguna promosi penjualan sebagai alat promosi dalam usaha meningkatkan minat beli konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Sebaiknya CV.Mulia Mandiri Lestari memantau promosi penjualan secara berjangka.maksudnya, dalam jangka waktu tertentu bauran promosi penjualan tersebut dapat dilihat keberhasilannya. Jika ditemukan ada bauran promosi yang kurang baik maka bauran promosi penjualan tersebut tidak perlu dijalankan lagi.
2. Sebaiknya perusahaan tetap menjalankan promosi penjualan dan di tambah dengan bauran promosi lainnya seperti iklan agar dapat lebih meningkatkan minat beli.

5.3 Kelemahan Penelitian

Dalam penelitian ini masih banyak kelemahan dan kekurangan yang perlu diperbaiki lagi, yaitu:

1. Hasil kuesioner dimungkinkan tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Semua tergantung responden yang mengisi responden dengan sungguh-sungguh atau hanya sekedar mengisi tanpa membaca pertanyaan dalam kuesioner.

2. Jika akan diadakan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan promosi penjualan, sebaiknya penulis meneliti bagian bauran-bauran promosi penjualan satu persatu agar terlihat bauran promosi mana yang lebih dominan.